

LONCHERAS SALUDABLES/ HEALTHY FOOD

Presentado por: Solano Quicazan Julieth (2018)
La Fundación Universitaria Empresarial de la Cámara de Comercio de Bogotá.
UNIEMPRESARIAL
Bogotá, Colombia.

RESUMEN

Es un servicio nutricional para personas con problemas de sobrepeso que consta de una dieta adaptada al estado del paciente y a sus requerimientos nutricionales, con el fin de que pueda perder peso fácilmente. Para establecer la lonchera adecuada, primero el nutricionista hace un examen al paciente para establecer sus requerimientos, posteriormente al paciente se le proporcionará una comida a domicilio con las especificaciones dadas por el nutricionista. Adicionalmente se le hará un acompañamiento al paciente para conocer el progreso obtenido y continuar con el tratamiento.

Palabras clave: dieta, domicilio, lonchera, nutrición, paciente, sobrepeso, tratamiento.

ABSTRACT

It is a nutritional service for people with overweight problems that consists of a diet adapted to the patient's condition and nutritional requirements, in order to lose weight easily. To establish the proper lunch box, the nutritionist first examines the patient to establish their requirements, and then the patient will be provided with a meal at home with the specifications given by the nutritionist. Additionally, the patient will be accompanied to know the progress obtained and continue with the treatment.

Keywords: diet, domicile, lunchbox, nutrition, patient, overweight, treatment.

LONCHERAS SALUDABLES/ HEALTHY FOOD. Presentado por: Solano Quicazan Julieth (2018).

DIPLOMADO EN habilidades gerenciales con énfasis comercial.

E-mail: juliethclass2013@gmail.com

INTRODUCCIÓN

Actualmente nos encontramos en una sociedad que notablemente se ve afectada por diferentes trastornos que afectan la salud, esto lo podemos asociar comúnmente a situaciones que hacen parte de la cotidianidad y que se ven reflejadas posteriormente en implicaciones de salud, con esto queremos referirnos a situaciones marcadas como lo son problemas personales que tienden a convertirse en trastornos alimenticios, así como también se puede responsabilizar a muchas y nuevas enfermedades que se van adaptando al cambio de nuestro cuerpo. Es por estas causas que nos parece fundamental hacer un paréntesis en la alimentación de estas personas y tomar medidas para mejorar la calidad de vida de ellas que se diagnostiquen con esta enfermedad.

Criterios De Selección

Se decide trabajar este segmento de mercado ya que se identifica que en Colombia el sobrepeso ha ido aumentando en los últimos años lo cual es preocupante para la calidad de vida dejando así al descubierto un problema en la falta de trabajo del ámbito nutricional el cual deseamos aprovechar ya que tenemos los recursos y herramientas indicadas ,entre ellas contamos con mano de obra especializada y profesional , avanzados estudios nutricionales, insumos orgánicos de alta calidad, todo lo indispensable para poder dar solución a la marcada tendencia negativa que posee esta población dentro del mercado.

¿Por qué loncheras saludables?

Las personas están expuestas constantemente a diferentes situaciones que pueden afectar el estado de salud en general, pero notablemente en la actualidad la obesidad amenaza cada vez más a la salud de un mayor número de personas, se ha convertido en un factor concluyente de numerosas enfermedades como las cerebro

LONCHERAS SALUDABLES/ HEALTHY FOOD. Presentado por: Solano Quicazan Julieth (2018).

DIPLOMADO EN habilidades gerenciales con énfasis comercial.

E-mail: juliethclass2013@gmail.com

vasculares, la diabetes, la hipertensión entre otras, las cuales simbolizan un incremento de muerte en estas personas.

¿Para qué loncheras saludables

Es por las anteriores causas que nos parece fundamental hacer un paréntesis en la alimentación de estas personas y tomar medidas para mejorar la calidad de vida de las personas que se diagnostiquen con esta enfermedad para así mismo poder brindarles la atención requerida y de la mano con ellos poder superar los problemas que se identifiquen.

Por su Uso

Se trabaja de manera directa con el cliente, la atención es personalizada para cada persona, se maneja diferente proceso por lo tanto lo más indicado es manejar un servicio directo para que los resultados sean óptimos.

Por su Efecto

Nuestra ubicación dentro del mercado es favorable para nosotros puesto que el servicio que deseamos ofrecer es de baja competitividad lo que nos permite movernos libremente para otorgar un servicio prácticamente nuevo con los mejores estándares de calidad para obtener con este el más alto grado de satisfacción de los clientes reflejados en cambios de salud y proyección de vida.

Por su Densidad

Podemos establecer que el servicio que prestaremos se ajustara al bolsillo del común, ya que por nuestro enfoque cada producto ofrecido contara con la accesibilidad de quien desee tomarlo, nuestro fin no es solo llegar al cliente si no mantenerlo a través de la buena calidad del servicio y producto más un plus de precios razonables.

LONCHERAS SALUDABLES/ HEALTHY FOOD. Presentado por: Solano Quicazan Julieth (2018).

DIPLOMADO EN habilidades gerenciales con énfasis comercial.

E-mail: juliethclass2013@gmail.com

Árbol de problemas

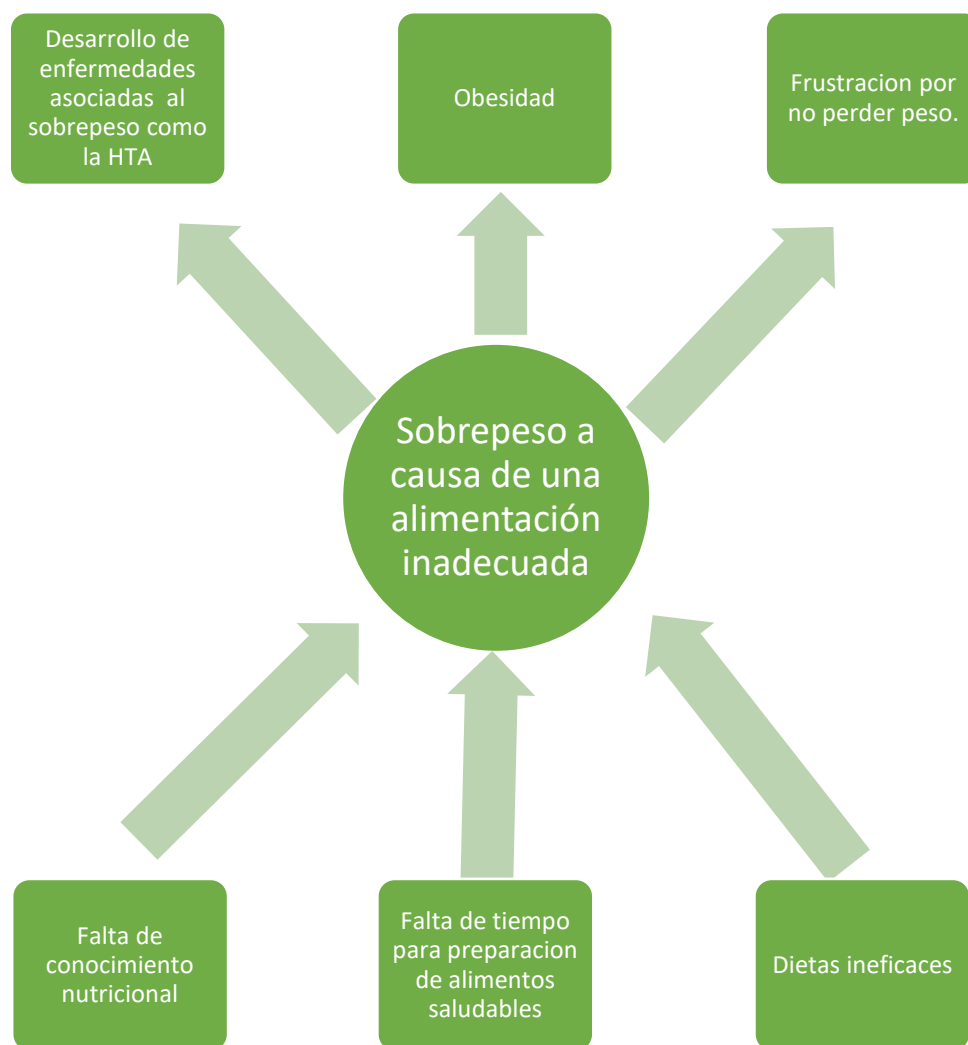


Ilustración 1 Árbol de problemas. Muestra las causas y efectos del problema central del proyecto. Creación propia.

Fuente; elaboración propia del autor (2018).

LONCHERAS SALUDABLES/ HEALTHY FOOD. Presentado por: Solano Quicazan Julieth (2018).

DIPLOMADO EN habilidades gerenciales con énfasis comercial.

E-mail: juliethclass2013@gmail.com

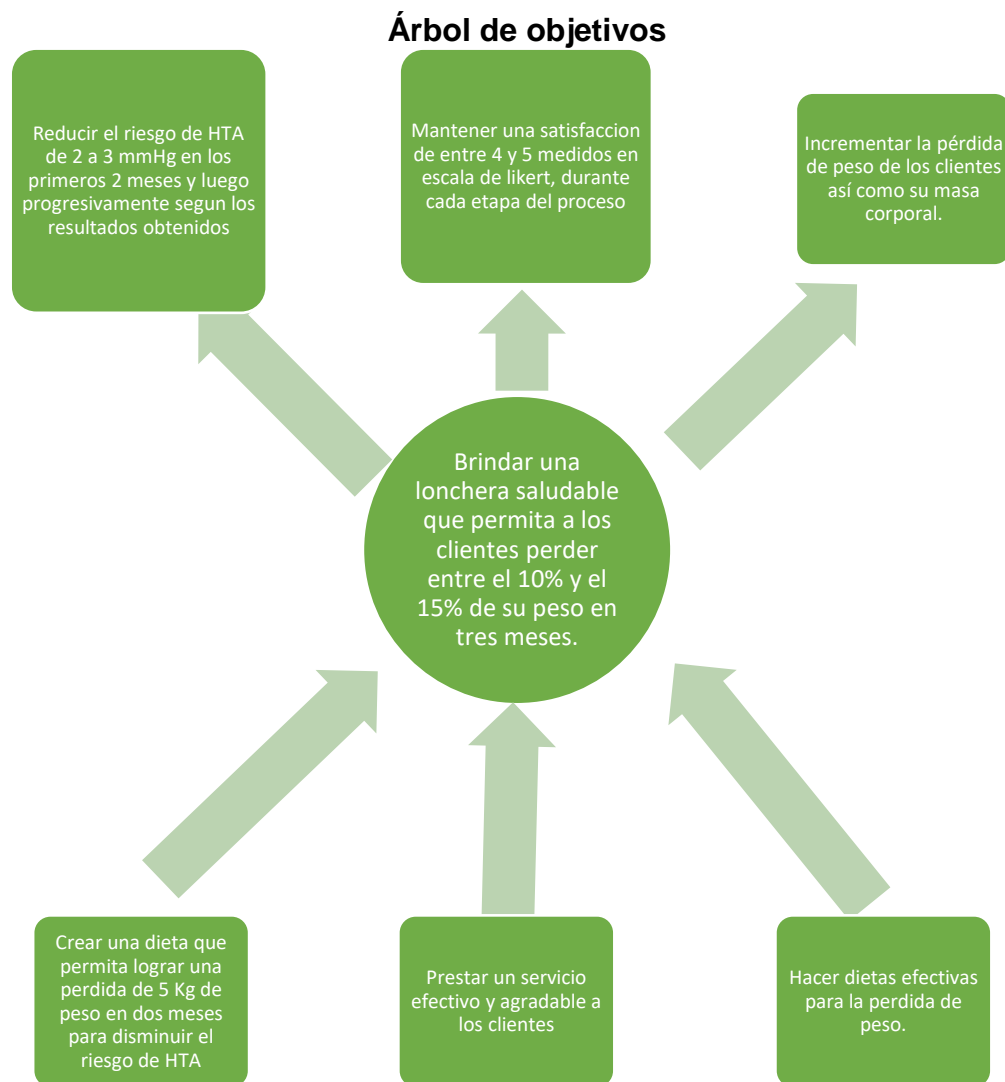


Ilustración 2. Árbol de objetivos .Muestra los fines y los medios con base en el problema encontrado. Creación propia.

Fuente; elaboración propia del autor (2018).

Matriz de marco lógico

Resumen narrativo de los objetivos	Indicadores verificables objetivamente	Medios de verificación	Supuestos
Fin Brindar una lonchera saludable que permita a los clientes perder entre el 10% y el 15% de su peso en tres meses.	Perdida de entre el 10% y 15% del peso total del cliente.	Examen nutricional que muestre la variación entre el peso inicial y el peso final.	Los clientes cumplen a conciencia con el plan nutricional.
Propósito El servicio de la lonchera nutricional facilita una dieta balanceada.	Satisfacción de 4 o 5 en escala de Likert	Encuestas de satisfacción a los clientes.	El servicio cumple con las expectativas.
Componentes 1. Se cuenta con personal de cocina capacitado. 2. Se cuenta con personal especializado en nutrición. 3. Las loncheras se entregan en el horario convenido con el cliente.	1. satisfacción con la comida por parte del cliente del 4 a 5 en escala de Likert. 2. Resultados de pérdida de peso. 3. Numero de entregas en el horario estipulado.	1. Encuestas de satisfacción con la calidad de la comida realizadas a los clientes. 2. Variación de peso. 3. Tiempo promedio de entrega de la lonchera.	Los resultados son óptimos y el tráfico de la ciudad no afecta la entrega del servicio.
Actividades 1. Contratación y capacitación del personal de nutrición y cocina. 2. Contratación y capacitación del servicio domiciliario. 3. Retroalimentación de los procesos. 4. Encuestas a los usuarios.	Presupuesto / Actividad	Revisión del presupuesto usado según la actividad.	El presupuesto se ajusta perfectamente a las necesidades del proyecto.

Ilustración 3. Matriz de marco lógico.

LONCHERAS SALUDABLES/ HEALTHY FOOD. Presentado por: Solano Quicazan Julieth (2018).

DIPLOMADO EN habilidades gerenciales con énfasis comercial.

E-mail: juliethclass2013@gmail.com

Fuente; elaboración propia del autor (2018).

Matriz DOFA					
MATRIZ DOFA		FORTALEZAS		DEBILIDADES	
			Proyecto innovador		Posibles pacientes que abandonen el proceso
			Servicio personalizado		Débil imagen en el mercado (publicidad)
			Recurso humano motivado y capacitado		Dependencia de fondos e inversión de terceros
			Alimentos utilizados serán orgánicos		Poca red de sucursales
			Calidad del producto a realizar		Presupuesto limitado para la compra de copra de equipos especializados
OPORTUNIDADES		ESTRATEGIAS FO		ESTRATEGIAS DO	
	No existe competencia que ofrezca los mismos servicios.		F1O1. Asociarse con inversionistas y así ser más fuerte y crecer rápidamente a nivel nacional		D2O3. Realizar publicidad agresiva en internet, por medio de redes sociales , crear una página web
	El proyecto está dirigido a estratos altos, lo que lo hace más estable.		F2O5. Crear un call center en el cual los pacientes se sientan acompañados en cualquier momento y puedan resolver sus inquietudes.		D1O3. Realizar un continuo seguimiento a los pacientes y evaluar las inconformidades para así mejorar y tener un cliente potencial
	Es llamativo para personas que deseen bajar de peso y mejorar su calidad de vida.				D4O1. Explorar nuevos clientes a partir de una imagen fresca, de nuevos productos de gran calidad, con nueva tecnología.
	Creación de empleo (creación e innovación)		F3O5.contratar personal que necesite realizar prácticas para así ahorrar costos y poder brindar conocimiento		
	Crecimiento a nivel nacional.				

LONCHERAS SALUDABLES/ HEALTHY FOOD. Presentado por: Solano Quicazan Julieth (2018).

DIPLOMADO EN habilidades gerenciales con énfasis comercial.

E-mail: juliethclass2013@gmail.com

	AMENAZAS		ESTRATEGIAS FA		ESTRATEGIAS DA
	Alza de precios en los insumos		F3A4. Hacer capacitaciones a los empleados con conocimientos necesarios para llevar a cabo el servicio, personas especializadas en cada área.		D4A2. Crear sucursales en los estratos a los que estamos dirigidos, en los cuales se brinde información y asesoría
	Posible competencia en un futuro				D1A4. Hacer que nuestro personal anime y brinde un buen servicio de atención a los clientes por medio de capacitaciones.
	Daño de algunos alimentos que están en inventario		F1A1. Aprovechar los insumos de bajo costo y de alto grado de higiene para ofrecer diversos menús a bajo costo		D3A2. Utilizar los recursos financieros para generar estrategias que mejoren el posicionamiento de la empresa en el mercado
	Insuficiente personal para desarrollo del proyecto		F1A2. Ser innovadores creando diversas variaciones de loncheras para evitar que la competencia nos afecte.		
	Esta limitados a zonas (estratos)				

Ilustración 4. Matriz DOFA.

Fuente; elaboración propia del autor (2018).

OBJETIVOS

Objetivo general

Brindar una lonchera saludable que permita a los clientes perder entre el 10% y el 15% de su peso en tres meses.

LONCHERAS SALUDABLES/ HEALTHY FOOD. Presentado por: Solano Quicazan Julieth (2018).

DIPLOMADO EN habilidades gerenciales con énfasis comercial.

E-mail: juliethclass2013@gmail.com

Objetivos específicos

- Reducir la pérdida de peso de los pacientes así como su masa corporal.
- Disminuir el riesgo de HTA de 2 a 3 mmHg en los primeros 2 meses y luego progresivamente según los resultados obtenidos.
- Mantener una satisfacción de entre 4 y 5 medidos en escala de Likert, durante cada etapa del proceso

LOGO



Ilustración 5. Logo.

Fuente; elaboración propia del autor (2018).

LONCHERAS SALUDABLES/ HEALTHY FOOD. Presentado por: Solano Quicazan Julieth (2018).

DIPLOMADO EN habilidades gerenciales con énfasis comercial.

E-mail: juliethclass2013@gmail.com

MEFI

Tabla 1 MEFI.

FACTOR CRITICO	PONDERACION	EVALUACION	RESULTADO
FORTALEZAS			
Proyecto innovador	9%	4	0,44
Servicio personalizado	10%	3	0,30
Recurso humano motivado y capacitado	9%	3	0,33
Alimentos organicos	11%	4	0,36
Calidad del producto realizado	19%	3	0,16
FACTOR CRITICO	PONDERACION	EVALUACION	RESULTADO
DEBILIDADES			
Posibles pacientes que abandonen el proceso	12%	1	0,08
Debil imagen en el mercado	10%	2	0,20
Dependencia de fondos e inversion de terceros	9%	2	0,22
Poca red de sucursales	11%	1	0,09
TOTAL	100%		2,20

Fuente; elaboración propia del autor (2018).

Se decide realizar la distribución de porcentajes asignándolos a cada factor según la relevancia que este posee, según la planeación estratégica que se requiere para lograr el objetivo así podemos determinar la calidad del producto realizado esto tiene un 19% de influencia y se lo atribuimos al estudio de mercado total que se realizó así como la implementación de los materiales informativos con los que se llegó a la búsqueda y las personas que participaron de esta puesto que su disciplina formación y criterio de análisis logran que el producto y sus asociados tengan la mejor calidad seguido de este están los materiales orgánicos con 11 debido a que son el material para la fuerza de trabajo la implementación del valor nutricional se debe a este y al estudio que se realizó para saber la necesidad alimenticia que depende de ellos el servicio personalizado abarca un 10 por ciento debido a que el producto necesita de un estudio del cliente antes de su entrega y por esto el recurso humano y capacitado le precede con el 9% puesto que se es indispensable que el servicio sea personalizado

LONCHERAS SALUDABLES/ HEALTHY FOOD. Presentado por: Solano Quicazan Julieth (2018).

DIPLOMADO EN habilidades gerenciales con énfasis comercial.

E-mail: juliethclass2013@gmail.com

pero también depende de la calidad de los profesionales y que su disposición laboral este en óptimas condiciones para que al finalizar las etapas de producción la calidad inicial de la que se hablaba corresponda a las expectativas y el 9% final distribuido en las fortalezas se le da al proyecto innovador que es puesto que su área de especialización poco abarcado se encuentra por otras instituciones lo que nos permite tener un nivel de accionar más libre y ser pioneros en este mercado.

No obstante a pesar de las muy marcadas fortalezas en todo mercado siempre han de haber debilidades o puntos flacos en el producto y en la estrategia en la cual se basa este que de una manera u otra es muy importante identificar ya que a plazo puede permitir que de estas el producto logre tomar más fuerza por esto de igual forma es indispensable remarcarlas y darles sus puntos porcentuales la debilidad principal o punto negativo y al que hemos decidido darle un 12% es a los posibles pacientes que abandonen el proceso y esto es debido a que se necesita una fuerza de voluntad grande para iniciar las dietas y acostumbrarse al producto balanceado dejando de lado grasas y elementos que el cuerpo no necesita y que también lo perjudican la poca red de sucursales se marca con un 11% puesto que debilita el poco abarque que se puede tener en ciertos puntos y que por ubicación le impide a posibles clientes acercarse a obtener el producto o información de estela la débil imagen se lleva un 10% bien es cierto que tenemos un mercado abierto sin competencia lo cual nos abre campo a apropiarnos del mercado pero nos debilita tener que hacernos conocer en un mercado despoblado y del que las personas tienen poco conocimiento además de esto depender de fondos de terceros no nos permite manejar una publicidad fuerte o de poder entrar a espacios del mercado que por nuestra joven incursión en el no podemos tocar depender de estos ingresos nos da una debilidad de igual forma pronunciada a la que decidimos asignarle el 9%.

LONCHERAS SALUDABLES/ HEALTHY FOOD. Presentado por: Solano Quicazan Julieth (2018).

DIPLOMADO EN habilidades gerenciales con énfasis comercial.

E-mail: juliethclass2013@gmail.com

MEFE

Tabla 2 MEFE.

FACTOR CRITICO	PONDERACION	EVALUACION	RESULTADO
OPORTUNIDADES			
No existe competencia que ofresca los mismos servicios.	14,55%	3	0,21
El proyecto esta dirigido a estratos altos, lo que lo hace mas estable.	18,00%	4	0,22
Es llamativo para personas que deseen bajar de peso y mejorar su calidad de vida	8,32%	4	0,48
Creacion de empleo.	7,30%	3	0,41
Crecimiento a nivel nacional.	7,54%	3	0,40
FACTOR CRITICO	PONDERACION	EVALUACION	RESULTADO
AMENAZAS			
Alza de precios en los insumos	17,62%	1	0,06
Posible competencia en un futuro	2,00%	2	1,00
Daño a alimentos que estan en inventario	10,33%	1	0,10
Insuficiente personal para el desarrollo del proyecto	5,21%	1	0,19
Estamos limitados a zonas	9,13%	2	0,22
TOTAL	100,00%		3,28

Fuente; elaboración propia del autor (2018).

Continuando en este orden de ideas es necesario abordar las oportunidades que se tienen estas mismas nacen del plan estratégico con el que se evaluó todo el proceso y que en su mayoría el servicio este enfocado y dirigido a estratos altos nos da la seguridad que se trabaja en un mercado en el que para este grupo no se dificultara acceder el producto en cuestiones económicas lo que nuevamente resalta la necesidad de combatir la deserción por otras situaciones dando una necesidad de puntuarla con

LONCHERAS SALUDABLES/ HEALTHY FOOD. Presentado por: Solano Quicazan Julieth (2018).

DIPLOMADO EN habilidades gerenciales con énfasis comercial.

E-mail: juliethclass2013@gmail.com

el 18% puesto que nos representa una oportunidad de crecimiento con un 14.55 % resaltamos un mercado que no nos ofrece competencia por sus características de abandono y que nos representa situarnos en un contorno muy estable un sector enfocado en personas que deseen mejorar sus condiciones de calidad de vida por medio de loncheras y alimentación regulada recibe el 8.32% de esto podemos darnos la oportunidad de un rápido crecimiento a nivel nacional después de que el producto se establezca con gran aceptación a nivel local con un 7.54% dando la oportunidad de generación de empleo para un 7.30%.

Pero como lo nombramos con las debilidades las cuales son pequeñas fallas que están a corto plazo y que ya se encuentran identificadas también se debe n manejar las amenazas puesto que estas son las debilidades que pueden llegar a establecerse a futuro o que en el momento se establecen un poco por debajo de las debilidades mayor mente debemos preocuparnos por el alza de los insumos con un puntuación en 17.62 esto es una amenaza inminente ya que de la estabilidad de estos precios depende el presupuesto con el cual manejamos nuestro producto a nivel de venta y así mismo que estos alimentos se vean afectados por factores externos como ambiente plagas entre otros los cuales finalmente pueden dañar el valor de mi producto a este lo situamos con 10.33% el estar limitado a zonas por la inversión de terceros nos limita a cierto campo de acción inicial lo marcamos con un 9.13% de la oportunidad que el producto tenga acogida inmediata puede partir la amenaza de que no contemos con el personal inmediato bien recordemos que iniciar con un personal derrochado puede incurrir en pérdidas inmediatas esto se estudia a medida que el producto se vaya acentuando por esto se le asigna el 5,21% finalmente y no menos importante que el producto tenga gran acogida como es lo esperado puede conllevar a que más empresas se interesen en accionar en nuestro mismo mercado sin embargo para ese momento se espera que la marca de la empresa esta favorablemente conocida y que las empresas que entren a competir no puedan con las propuestas de marketing que se establezcan dado el caso sin embargo es una amenaza posible por ello le damos el 2%.

LONCHERAS SALUDABLES/ HEALTHY FOOD. Presentado por: Solano Quicazan Julieth (2018).

DIPLOMADO EN habilidades gerenciales con énfasis comercial.

E-mail: juliethclass2013@gmail.com

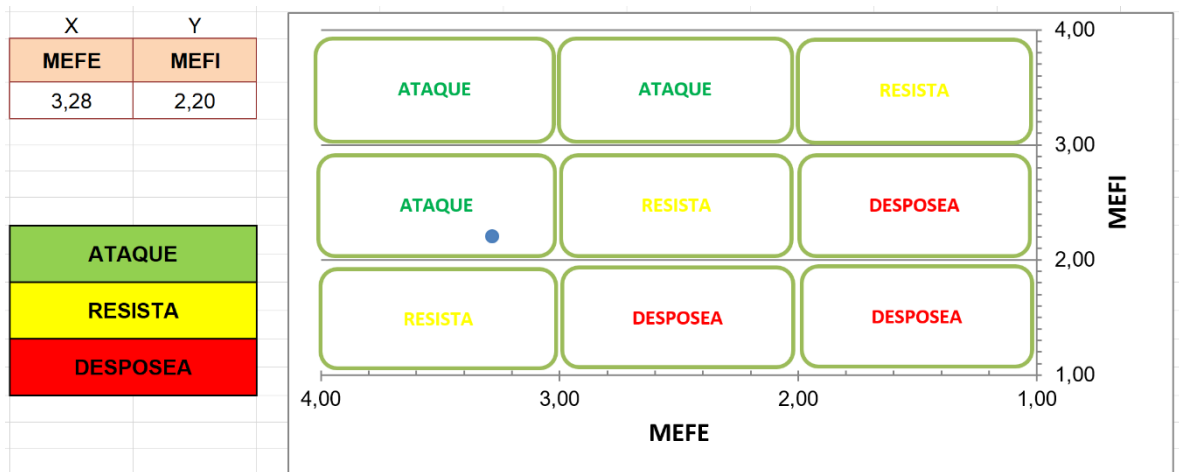


Ilustración 6. MEFE / MEFI.

Fuente; elaboración propia del autor (2018).

De la matriz MPC podemos concluir que el proyecto es viable y se encuentra en un punto alto y favorable por que ya de los anterior visto vemos que las fortalezas y oportunidades están por encima de cualquier factor negativo y que aun estando estos se tiene como mantenerse por encima de ellos se cuenta con un mercado nuevo en apertura pero que muestra puntos favorables de trabajo ya que es único en su tipo y por ente el primero en satisfacer la necesidad para el que fue creado el punto de ataque está a favor del producto el estudio muestra que no se encuentra resistencia ya que la necesidad como se ha dicho es nutricional de primer nivel

LONCHERAS SALUDABLES/ HEALTHY FOOD. Presentado por: Solano Quicazan Julieth (2018).

DIPLOMADO EN habilidades gerenciales con énfasis comercial.

E-mail: juliethclass2013@gmail.com

Plan de acción

	QUE	COMO	DONDE	QUIEN	COSTO	OBSERVACION	CUANDO									
							M1	M2	M3	M4	M5	M6	M7	M8	M9	M10
1	Ausencia de fondos	Prestamo Bancario	Banco	Bancolomia	\$ 48.000.000	Aprovacion										
2	Limitacion de zonas	Arriendo de bodegas	Localidades de bogota	Inmobiliaria	\$ 3.000.000	Conocimiento										
3	Insuficiente personal para desarrollo	Contratacion de Personal	Bolsas de Empleo	Servicio de Empleo	\$ 30.000	Comision										
4	Debil imagen en el mercado	Reconocimiento	*Pancartas *Comerciales *Voz a voz	*Television *Radio *Prensa	\$ 1.500.000	Reconocimiento										
					\$ 52.530.000											

Ilustración 7. Plan de acción.

Fuente; elaboración propia del autor (2018).

Estudio técnico

Nuestro proyecto abarcará un mercado inicial de alrededor de 20 personas usando nuestros servicios, aumentando posiblemente en un 80% en el primer año.

Ubicación

La planta de producción de las loncheras saludables se encontrará ubicada en el barrio Prado Veraniego en la ciudad de Bogotá, ubicado en la localidad de Suba. Es un punto muy favorable ya que se encuentra bastante cerca de nuestro nicho de mercado, colinda con la autopista norte y es estrato tres, facilitando el proceso de entrega a domicilio lo que influye en los tiempos y costos de entrega, y su ubicación permite menores costos de bodegaje y arrendamiento.

LONCHERAS SALUDABLES/ HEALTHY FOOD. Presentado por: Solano Quicazan Julieth (2018).

DIPLOMADO EN habilidades gerenciales con énfasis comercial.

E-mail: juliethclass2013@gmail.com

Barrió Prado Veraniego

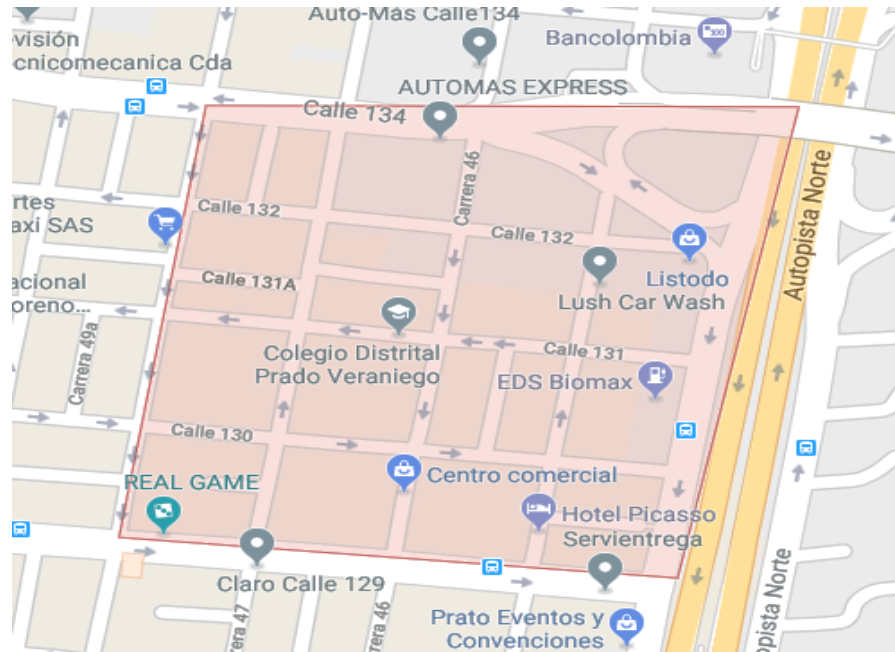


Ilustración 8. Barrió Prado Veraniego.

Fuente; tomado de:

<https://www.google.com.co/maps/place/Prado+Veraniego,+Bogot%C3%A1/@4.7173696,-74.0561275,17z/data=!3m1!4b1!4m5!3m4!1s0x8e3f8538734c56b5:0xe9f6e1a9e2fee771!8m2!3d4.7179902!4d-74.0542469>.

La planta tiene una capacidad de producción de 20 loncheras por cada comida del día, es decir que tenemos una capacidad de 20 usuarios del servicio simultáneamente, aproximadamente 1800 loncheras entregadas mensualmente por persona. Contamos con una cocina distribuida de la siguiente forma:

LONCHERAS SALUDABLES/ HEALTHY FOOD. Presentado por: Solano Quicazan Julieth (2018).

DIPLOMADO EN habilidades gerenciales con énfasis comercial.

E-mail: juliethclass2013@gmail.com

Plano de la cocina

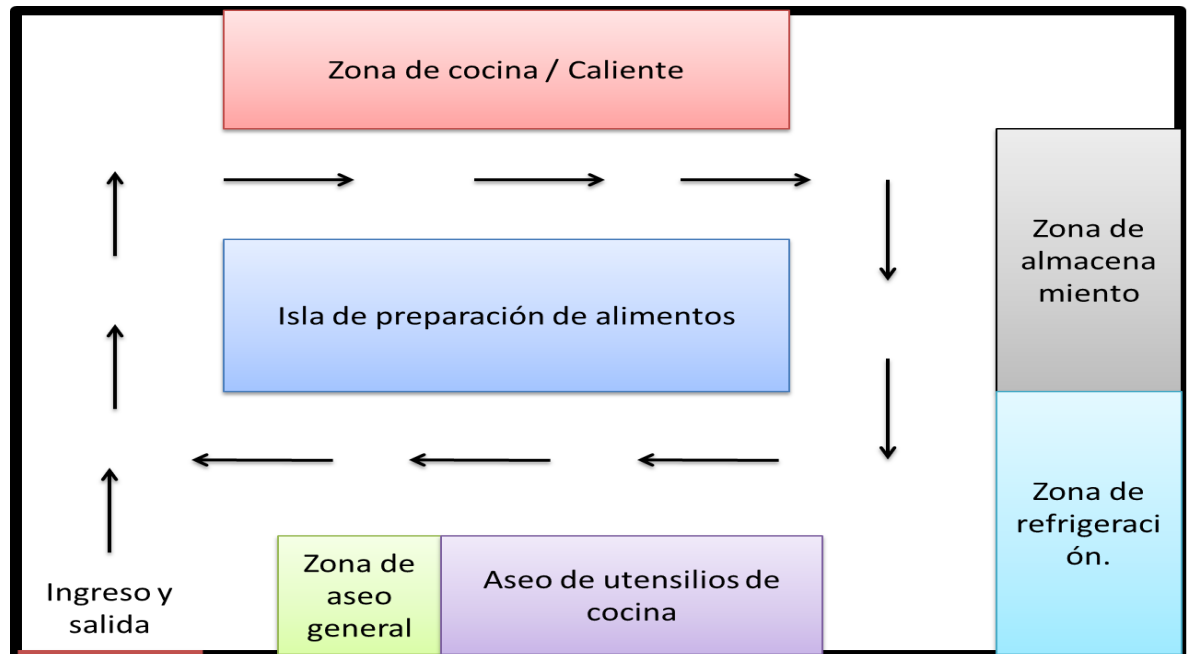


Ilustración 9. Plano de la cocina.

Fuente; elaboración propia del autor (2018).

CONCLUSIONES

Por medio del pensamiento estratégico y el buen estudio del mercado se puede llegar a establecer como un producto nuevo puede tener acogida dentro de un mercado en esto es necesario tener previsto tanto fortalezas oportunidades como debilidades, el caso de loncheras sobre el que trabajamos es una muestra de que los estudios anteriormente mencionados bien elaborados me llevan a conocer el sector en el que me voy a mover, en este caso pudimos realizar dicho análisis para un producto natural en un mercado nutricional como ya se menciona es el mismo estudio estratégico el que finalmente nos permite llegar a poner este en el mercado

LONCHERAS SALUDABLES/ HEALTHY FOOD. Presentado por: Solano Quicazan Julieth (2018).

DIPLOMADO EN habilidades gerenciales con énfasis comercial.

E-mail: juliethclass2013@gmail.com

BIBLIOGRAFÍA

- Alimentos orgánicos BALU. (2018). Alimentos orgánicos BALU empresa. Recuperado de: <http://www.organicosbalu.com/empresa.php>.
- Banco de la república de Colombia - BANREP. (2018). El banco de la republica disminuyo la tasa de interés. Recuperado de: <http://www.elcolombiano.com/negocios/economia/banco-de-la-republica-bajo-la-tasa-de-interes-en-colombia-GN8096811>.
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística -DANE. (2017). Empleo y desempleo. Recuperado de: <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/mercado-laboral/empleo-y-desempleo>.
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística -DANE. (2018). Información del PIB IV trimestre 2017. Recuperado de: <http://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/cuentas-nacionales/cuentas-nacionales-trimestrales>.
- Empresa orgánicos Escarola. (2018). Escarola orgánicos. Recuperado de: <https://www.escarola.co>.
- Google maps. (2018). Barrió Prado Veraniego. Recuperado de: <https://www.google.com.co/maps/place/Prado+Veraniego,+Bogot%C3%A1/@4.7173696,-74.0561275,17z/data=!3m1!4b1!4m5!3m4!1s0x8e3f8538734c56b5:0xe9f6e1a9e2fee771!8m2!3d4.7179902!4d-74.0542469>.
- Mercado libre. (2016). Productos. Recuperado de: <https://listado.mercadolibre.com.co>.
- Mercado libre. (2018). Productos. Recuperado de: <https://listado.mercadolibre.com.co>.

LONCHERAS SALUDABLES/ HEALTHY FOOD. Presentado por: Solano Quicazan Julieth (2018).

DIPLOMADO EN habilidades gerenciales con énfasis comercial.

E-mail: juliethclass2013@gmail.com

Ministerio de educación nacional de Colombia-MINEDUCACION. (2017). nivel de educación. Recuperado de: <https://www.mineducacion.gov.co/cvn/1665/article-99519.html>.

Revista dinero. (2018). FMI proyección de PIB DE COLOMBIA. Recuperado de: <http://www.dinero.com/economia/articulo/fmi-mejora-proyeccion-de-pib-en-colombia-para-2018/254579>.

Revista dinero. (2018). Inflación 2018 según el DANE. Recuperado de: <http://www.dinero.com/economia/articulo/inflacion-de-enero-2018-en-colombia-segun-el-dane/255052>.

Revista Enter.co. (2017). Tecnología para la salud. Recuperado de: <http://www.enter.co/cultura-digital/salud-digital/colombia-avanza-en-tecnologia-para-la-salud/>.

Periódico el ESPECTADOR (2017). Principales causas de muerte. Recuperado de: <https://www.elespectador.com/noticias/nacional/estas-son-las-principales-causas-de-muerte-en-colombia-articulo-730249>.

Periódico el TIEMPO. (2017). Altos índices de obesidad en Colombia. Recuperado de: <http://m.eltiempo.com/colombia/otras-ciudades/obesidad-en-colombia-municipios-con-mas-casos-80980>.

LONCHERAS SALUDABLES/ HEALTHY FOOD. Presentado por: Solano Quicazan Julieth (2018).

DIPLOMADO EN habilidades gerenciales con énfasis comercial.

E-mail: juliethclass2013@gmail.com

FICHA BIBLIOGRÁFICA DE DOCUMENTO DE OPCIÓN DE GRADO

TITULO COMPLETO		
LONCHERAS SALUDABLES/ HEALTHY FOOD		
AUTORES		
Apellidos completos	Nombres completos	
SOLANO QUICAZAN	JULIETH KATERINE	
TUTOR DE TRABAJO DE GRADO		
Apellidos completos	Nombres completos	
MARTINEZ	CAMILO	
PROGRAMA ACADÉMICO		
Nombre del programa	Tipo de programa (marque con una x)	
PROFESIONAL EN FINANZAS Y COMERCIO EXTERIOR	Pregrado	X
	Especialización	
	Maestría	
CIUDAD	AÑO DE PRESENTACIÓN DEL TRABAJO DE GRADO	NÚMERO DE PÁGINAS
BOGOTA D.C	2018	19
PALABRAS CLAVES		
Español	Inglés	
Dieta	Diet	
Domicilio	Domicile	
Lonchera	Lunchbox	
Nutrición	Nutrition	
Paciente	Patient	
Sobrepeso	Overweight	
Tratamiento	Treatment	
RESUMEN (Máximo 250 palabras)		
<p>Es un servicio nutricional para personas con problemas de sobrepeso que consta de una dieta adaptada al estado del paciente y a sus requerimientos nutricionales, con el fin de que pueda perder peso fácilmente. Para establecer la lonchera adecuada, primero el nutricionista hace un examen al paciente para establecer sus requerimientos, posteriormente al paciente se le proporcionará una comida a domicilio con las especificaciones dadas por el nutricionista. Adicionalmente se le hará un acompañamiento al paciente para conocer el progreso obtenido y continuar con el tratamiento.</p>		

**LICENCIA DE USO A FAVOR DE LA FUNDACIÓN UNIVERSITARIA EMPRESARIAL DE LA
CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ – UNIEMPRESARIAL, POR PARTE DE
ESTUDIANTES.**

El suscrito

JULIETH KATERINE SOLANOQUICAZAN con C.C. N° 1.022.425.476

Actuando en calidad de autor del artículo de reflexión, que lleva por título LONCHERAS SALUDABLES/ HEALTHY FOOD elaborada para efectos de optar por el título de PROFESIONAL EN FINANZAS Y COMERCIO EXTERIOR.

Hago entrega a UNIEMPRESARIAL de una copia de dicho trabajo académico en formato digital otorgando licencia o autorización de uso sobre la misma, para que en los términos de la Decisión Andina 351, la Ley 23 de 1982 y demás normas aplicables, realice los actos de explotación de los derechos patrimoniales y de manera especial, para que la divulgue, reproduzca, comunique al público y la ofrezca en préstamo al público. La presente licencia o autorización se extiende no solo a la fijación en medio o formato físico, analógico o material, sino también al medio virtual, electrónico, óptico, usos de red, Internet, extranet, intranet, repositorio institucional y demás formatos conocidos o por conocer.

El autor de la obra, manifiesta de igual manera que la obra objeto de esta licencia o autorización de uso es creación original y que se realizó sin infringir los derechos de autor que le correspondan a terceros.

PARÁGRAFO: Si llegase a presentarse cualquier tipo de reclamación o acción por parte de un tercero en cuanto a los derechos de autor sobre la obra en mención, asumiré la responsabilidad, dejando indemne a UNIEMPRESARIAL y saliendo en defensa de los derechos aquí autorizados.

Para constancia se firma el presente documento en Bogotá, el año 2018 del mes Mayo a los 30 días.

FIRMA

Solano Quicazan Julieth.

Firma JULIETH KATERINE SOLANO QUICAZAN C.C. 1.022.425.476

Bogotá D.C., Mayo 30 de 2018

Señores
Dirección Académica y Empresarial
UNIEMPRESARIAL
Ciudad
Bogotá D.C

Respetados Señores:

Por medio de la presente hago entrega del trabajo de grado para optar al título de
PROFESIONAL EN FINANZAS Y COMERCIO EXTERIOR.

Cordialmente,



JULETH KATERINE SOLANO QUICAZAN
C.C. 1.022.425.476